



JUNU

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Untukmu Nusantara

p-ISSN xxx | e-ISSN [3064-0156](#)

Volume 3, No. 1, Februari 2026 Hal. 1-6

[http://journal.unucirebon.ac.id/index.php\\_ijpess](http://journal.unucirebon.ac.id/index.php_ijpess)



## Revitalisasi Objek Wisata: Strategi Promosi serta Pengembangan Curug Lieseng dan Kolam Renang di Desa Cacaban

Iis Istiqomah<sup>1</sup>, Muhammad Ja'far Hamman Ismail<sup>2</sup>, Rafa' Fadhilah Anhar<sup>3</sup>, Siti Famiarsih Arba'ati<sup>4</sup>, Tariza Lailatul Muna<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

(Email penulis korespondensi [rafaaadilaa@gmail.com](mailto:rafaaadilaa@gmail.com), HP. 083130968801)

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan bertujuan untuk mengidentifikasi terkait strategi pengembangan daya tarik objek wisata curug lieseng dan kolam renang di Desa Cacaban, Kecamatan Singorojo, Kabupaten Kendal. Potensi yang ada didalam desa ini belum tereksploitasi secara optimal akibat kurangnya promosi dan infrastruktur terbatas. Pentingnya penelitian ini terletak pada upaya revitalisasi untuk mendukung pengembangan desa wisata berkelanjutan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Metode deskriptif digunakan untuk meneliti dan menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat kondisi objek wisata Curug Lieseng dan Kolam Renang di Desa Cacaban. Hasil menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan wisata, strategi promosi efektif melalui media sosial dan paket wisata terintegrasi, serta rekomendasi pengembangan seperti penambahan fasilitas ramah lingkungan dan acara budaya lokal. Kesimpulan utamanya adalah revitalisasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata tetapi juga memberdayakan komunitas ekonomi secara mandiri, menjadi model pengabdian berkelanjutan untuk desa-desa serupa di Indonesia.

**Kata kunci:** Revitalisasi, Strategi Promosi, Pengembangan Wisata

### Abstract

*This study was conducted with the aim of identifying strategies for developing the appeal of Lieseng Waterfall and the swimming pool in Cacaban Village, Singorojo District, Kendal Regency. The potential within this village has not been optimally exploited due to a lack of promotion and limited infrastructure. The importance of this research lies in its efforts to revitalize and support the development of sustainable tourism villages and improve the welfare of the community. This research uses a qualitative descriptive approach with a Participatory Action Research (PAR) approach. The descriptive method is used to systematically, factually, and accurately examine and describe the conditions of the Curug Lieseng waterfall and swimming pool tourist attractions in Cacaban Village. The results show an increase in community awareness in tourism management, effective promotion strategies through social media and integrated tour packages, as well as development recommendations such as the addition of environmentally friendly facilities and local cultural events. The main conclusion is that this revitalization not only increases tourist attraction but also empowers the community to be economically independent, becoming a model of sustainable service for similar villages in Indonesia.*

**Keywords:** School Counselors, Collaboration, Farming Parents, Academic Achievement, Kamarang Lebak Village

DOI:<https://doi.org/10.52188/junu.v3i1.1806>

©2026 Authors by Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon



## PENDAHULUAN

Pariwisata kini menjadi salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi kreatif di berbagai daerah bahkan negara. Wisatawan cenderung mencari pengalaman autentik yang mencerminkan identitas lokal, termasuk warisan budaya, tradisi, kearifan komunitas, dan religi. Laporan UNWTO *World Tourism Barometer* menunjukkan bahwa pada kuartal ketiga tahun 2023, pemulihan pariwisata skala internasional telah mencapai 91% dari tingkat sebelum pandemi, dengan preferensi utama wisatawan mengarah pada destinasi yang menawarkan nilai budaya dan pengalaman lokal. Pada tingkat nasional, hal ini berimbang pula dengan adanya pertumbuhan signifikan dalam pergerakan wisatawan nusantara.

Di tengah kondisi pertumbuhan pariwisata, Singorojo merupakan suatu kecamatan yang ada di daerah Kabupaten Kendal. Kecamatan Singorojo memiliki banyak potensi dibidang pariwisata, baik wisata alam maupun wisata religi. Di antara salah satu desanya ialah Desa Cacaban Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal. Desa Cacaban kaya akan objek wisata, berupa wisata alam, edukasi, sejarah dan budaya yang tak kalah saing dengan desa-desa lain di Kecamatan Singorojo, dari sisi jumlah dan jenis wisata.

Akan tetapi, wisata pada desa tersebut khususnya wisata alamnya, sempat mengalami keadaan *vacuum* operasional dan belum tergarap secara maksimal. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada masa KKN (Kuliah Kerja Nyata) menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa kegiatan wisata di desa ini masih berlangsung secara sporadis, tanpa perencanaan yang terstruktur. Hal ini juga sejalan dengan temuan I Gede Deni. M, Putu Indah. R dalam artikelnya yang berjudul “Strategi Pengembangan dan Promosi Objek Daya Tarik Wisata Rumah Tua Desa Sembiran Kecamatan Tejakula Kabupaten Buleleng Provinsi Bali” yang menunjukkan bahwa banyak destinasi serupa mengalami hambatan dalam aspek manajerial dan lemahnya strategi promosi.

Permasalahan utama yang dihadapi pada wisata tersebut dalam perkembangannya ialah masih minimnya daya tarik wisatawan dan rendahnya pengetahuan keberadaan wisata tersebut dalam promosinya. Padahal, dalam teori pengembangan destinasi wisata, keberhasilan sebuah destinasi sangat ditentukan oleh integrasi empat komponen utama yaitu *attraction*, *amenity*, *accessibility*, dan *ancillary*. Dalam hal wisata di Desa Cacaban, aspek *amenity* dan *ancillary* berupa fasilitas pokok dan pendukung yang cukup lengkap, tetapi dua komponen lainnya masih belum dikembangkan secara optimal. Dari segi promosi sebagai aspek *attraction* wisata Desa Cacaban, senyatanya masih bersifat sporadis, tanpa dukungan narasi destinasi yang kuat, serta dari segi pengembangannya sebagai bagian dari aspek *accessibility* yang kurang diperhatikan.

Oleh karena itu, dengan melalui program KKN dalam melakukan Revitalisasi objek wisata di Desa Cacaban, dapat memberikan strategi atau cara baru dalam hal promosi serta pengembangan wisata tersebut.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Metode deskriptif digunakan untuk meneliti dan menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat kondisi objek wisata Curug Lieseng dan Kolam Renang di Desa Cacaban, meliputi status objek, kondisi lingkungan, sistem pengelolaan, serta dinamika sosial masyarakat pada masa penelitian berlangsung. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk menyajikan deskripsi menyeluruh mengenai fakta, karakteristik, serta hubungan antarfenomena yang muncul dalam proses revitalisasi wisata. Sementara itu, pendekatan PAR diterapkan dengan melibatkan masyarakat, pemerintah desa, dan tim KKN secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan, pelaksanaan aksi, hingga evaluasi, sehingga kegiatan pengabdian tidak hanya menghasilkan perubahan fisik pada objek wisata, tetapi juga

meningkatkan partisipasi, kesadaran, dan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan wisata desa secara berkelanjutan.

Kegiatan pemasangan penunjuk arah diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa untuk memperoleh izin sekaligus menggali informasi terkait letak strategis objek wisata yang ada di Desa Cacaban. Setelah itu, tim KKN melakukan diskusi dan tanya jawab dengan masyarakat setempat, khususnya terkait kebutuhan, desain, serta teknis pembuatan plang penunjuk arah, termasuk proses pemesanan dan penetapan titik pemasangan. Tahap selanjutnya adalah pemasangan plang secara bersama-sama sebagai bentuk kolaborasi antara tim KKN, pemerintah desa, dan masyarakat. Sementara itu, kegiatan pembuatan video profil wisata diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa untuk mengidentifikasi potensi dan objek wisata unggulan Desa Cacaban. Sebelum proses pengambilan gambar dilakukan, tim KKN bersama masyarakat melaksanakan kegiatan pembersihan kawasan wisata guna menciptakantampilan lingkungan yang lebih tertata dan menarik secara visual. Tahap pengambilan gambar kemudian dilakukan untuk menampilkan keindahan alam dan fasilitas wisata, sehingga video profil yang dihasilkan mampu menjadi media promosi yang informatif dan menarik minat wisatawan.

## HASIL

### Strategi Promosi: Penunjuk arah

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Cacaban ini diarahkan sebagai sarana penyaluran pengetahuan melalui program kerja yang meliputi kegiatan fisik dan non fisik, seperti sosialisasi langsung dan aktivitas nyata yang bertujuan memberikan pendekatan secara praktis terhadap masyarakat (Muhammad Alfian. Dkk 2021). Salah satu bentuk pengabdian dalam program kerja ini adalah penataan akses dengan memasang penunjuk arah menuju wisata Curug Lieseng, dan Wisata Religi Makam Mbah Ki Ageng Surodadi.

Pembuatan penunjuk arah bertujuan untuk memberikan informasi kepada pengunjung terkait letak destinasi wisata yang ada. Pembuatan penunjuk arah (*wayfinding*) mencakup beberapa elemen seperti tulisan, dan tanda panah yang membantu individu menavigasi dan memahami lingkungan tersebut. program ini dijalankan dengan membentuk tim pelaksana disertai penyusunan deadline kegiatan. Selain itu, dilakukan pula survei lapangan serta koordinasi dengan perangkat desa, mulai dari RW/ RT hingga tokoh masyarakat (Yulia.G, Maula & Azhari 2024). Terdapat lima titik pemasangan penunjuk arah, titik pertama di pertigaan arah Desa Cacaban dan Kalirejo, titik kedua pertigaan arah balai desa, titik ketiga di pertigaan arah Dusun Caban, titik keempat di area Wisata Religi Makam Mbah Ki Ageng Surodadi, dan titik kelima di arean Wisata Curug Lieseng. Tahapan selanjutnya, melaksanakan program kerja yang telah dirancang sehingga upaya pengembangan wisata di Desa Cacaban dapat berjalan dan menunjukkan kemajuan secara bertahap. Dalam jangka panjang, diharapkan masyarakat mampu mandiri dan melanjutkan pengembangan destinasi wisata tersebut secara lebih optimal.

Strategi utama yang dilakukan dalam pembuatan penunjuk arah (*way finding*) adalah:

1. Penentuan lokasi pemasangan: menentukan titik-titik strategis yang mudah dilihat dan relevan, seperti persimpangan jalan, pintu masuk fasilitas, atau area keramaian tujuannya untuk memastikan petunjuk arah efektif meningkatkan aksesibilitas.
2. Desain visual yang menarik dan jelas: membuat desain signage dengan warna kontras agar mudah dibaca dan dipahami.
3. Sosialisasi dengan stakeholder setempat: untuk meminta dukungan, pemahaman, dan keterlibatan mereka secara aktif. Tujuannya untuk memberikan ruang keberhasilan dalam menjalankan program kerja.
4. Dukungan program KKN sebagai fasilitator: dengan adanya program KKN,

pembuatan penunjuk arah dapat dijadikan momentum penting sebagai bentuk kontribusi positif kepada masyarakat Desa Cacaban. Hal ini sejalan dengan urgensi antara Tim KKN dengan stakeholder setempat yang memiliki keinginan agar wisata yang sudah ada dapat di lestarikan kembali. Beberapa kontribusi nyata dari tim KKN yakni mencakup pemilihan design untuk plang sesuai standar estetika wisata, alat dan bahan yang telah dipastikan awet, terlihat modis, kesesuaian warna agar terlihat rapi, serta waktu pemasangan yang sudah disiapkan jauh-jauh hari.

Program kerja ini dilatarbelakangi oleh adanya potensi tersembunyi di desa seperti keberadaan curug yang belum banyak diketahui orang. Oleh karena itu, program ini telah mengambil langkah utama sebagai media pemberitahuan tentang akses lokasi wisata agar lebih mudah dikenali oleh wisatawan. Tidak adanya hambatan yang terjadi dalam proses persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi, hanya saja waktu yang dibutuhkan untuk pembuatan dan pemasangan cukup lama. Upaya penataan aksesibilitas sebagai elemen pendukung pengembangan destinasi wisata baik religi maupun wisata alam seperti Curug Lieseng di Desa Cacaban dapat terlaksana dengan baik (Ferry., F Rahmi & Diansyah dkk 2023). Keberhasilan ini terlihat dari tingginya dukungan Pemerintah Desa, khususnya Kepala Desa dan Kepala Dusun, serta partisipasi masyarakat yang antusias menyambut pelaksanaan program kerja. Melalui kegiatan ini, diharapkan tumbuh kesadaran masyarakat mengenai besarnya potensi wisata yang dimiliki Desa Cacaban, sehingga mendorong mereka untuk terus melanjutkan proses pengembangan destinasi. Dengan demikian, desa memiliki peluang lebih besar untuk menarik kunjungan wisatawan dalam jumlah yang lebih signifikan di masa mendatang.

### **Strategi Promosi: Pembuatan Video Profil**

Strategi promosi lain yang dilakukan dalam revitalisasi wisata di Desa Cacaban adalah pembuatan video profil. Dalam era digital saat ini, media visual menjadi salah satu sarana promosi paling efektif karena mampu menyampaikan informasi dan emosi secara cepat, menarik, dan mudah dipahami (Kotler & Keller, 2016). Pembuatan video profil Curug Liseng dan Kolam Renang Anak dilakukan untuk memperkuat citra destinasi serta meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap potensi wisata desa. Video profil berfungsi menampilkan keindahan alam, fasilitas wisata, serta pengalaman yang dapat diperoleh pengunjung melalui visualisasi yang informatif. Hal ini sejalan dengan pendapat Rahmawati dan Sari (2022) yang menjelaskan bahwa konten visual mampu meningkatkan minat wisatawan karena memberikan gambaran nyata mengenai daya tarik suatu destinasi. Dalam konteks Desa Cacaban, video tersebut dirancang untuk menggambarkan keasrian Curug Liseng serta suasana rekreasi ramah keluarga di Kolam Renang Anak.

Pelaksanaan pembuatan video dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi meliputi penyusunan konsep video, penentuan alur cerita, hingga penjadwalan kegiatan pengambilan gambar. Tahap produksi dilakukan dengan pengambilan visual menggunakan kamera dan drone untuk menghasilkan sudut pandang yang lebih estetis. Sementara itu, tahap pasca-produksi mencakup penyuntingan, penambahan narasi, ilustrasi musik, serta penyisipan teks informatif terkait wisata desa (Pratama, 2021). Untuk memastikan keberhasilan, beberapa strategi utama diterapkan:

1. Konsep naratif yang kuat: Narasi video disusun untuk membangun identitas destinasi dan menonjolkan keunikannya. Hal ini penting karena narasi yang baik dapat meningkatkan persepsi positif terhadap destinasi (Hadi & Nurhayati, 2020).
2. Kualitas visual yang optimal: Pengambilan gambar dilakukan pada waktu terbaik, yaitu pagi atau sore hari, guna memperoleh pencahayaan yang lebih dramatis dan natural.

3. Kolaborasi dengan masyarakat lokal: Pelibatan masyarakat tidak hanya meningkatkan representasi video tetapi juga menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap destinasi wisata.
4. Video kemudian dipublikasikan melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan media desa untuk menjangkau audiens yang lebih luas: Strategi ini terbukti efektif dalam mempromosikan destinasi wisata desa (Lestari & Wijaya, 2021).

Program pembuatan video profil mendapatkan dukungan kuat dari Pemerintah Desa dan masyarakat, karena dianggap sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik wisata. Dengan adanya video profil ini, diharapkan promosi wisata dapat berlanjut secara mandiri dan mampu menarik kunjungan wisatawan secara lebih signifikan di masa mendatang.

## PEMBAHASAN

### Pengembangan Objek Wisata: Bersih Wisata

Revitalisasi objek wisata Curug Lieseng dan kolam renang di Desa Cacaban dilakukan melalui strategi pengembangan yang berfokus pada kegiatan pembersihan kawasan sebagai upaya awal dalam meningkatkan kualitas destinasi dan menarik minat pengunjung. Pengembangan ini meliputi pembersihan area sekitar curug serta pengurasan dan pembersihan kolam renang yang sebelumnya berada dalam kondisi sangat kotor, baik dari segi kebersihan air maupun lingkungan sekitarnya. Kondisi tersebut dinilai berpotensi menurunkan kenyamanan serta menimbulkan risiko bagi pengunjung, seperti terpeleset akibat permukaan licin ataupun gangguan kesehatan seperti gatal-gatal akibat kualitas air yang tidak terjaga. Oleh karena itu, upaya pembersihan dipandang sebagai langkah penting untuk menciptakan suasana yang lebih aman, nyaman, dan layak dikunjungi. Hal ini sejalan dengan pandangan Davelta dkk. (2024) yang menegaskan bahwa kebersihan dan kesehatan di destinasi wisata merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap keamanan, kenyamanan, serta kelayakan suatu kawasan wisata bagi pengunjung.

Transformasi ini sejalan dengan konsep *basic facility improvement* dalam pengelolaan destinasi wisata, yaitu bahwa kebersihan dan kerapian lingkungan merupakan indikator paling dasar dalam meningkatkan daya tarik suatu objek wisata. Keika fasilitas berada dalam kondisi optimal, tingkat kenyamanan wisatawan meningkat sehingga mendorong kunjungan ulang (Gading dan Ajat 2025).

Proses pengembangan wisata Curug Lieseng dan kolam renang Desa Cacaban turut didukung oleh partisipasi aktif masyarakat dalam bentuk tenaga melalui kegiatan kerja bakti pembersihan lingkungan sekitar. Keterlibatan ini menunjukkan adanya kesadaran untuk menjaga dan memperbaiki kondisi lingkungan wisata agar lebih tertata dan menarik. Partisipasi tersebut mencerminkan bentuk keterlibatan langsung masyarakat dalam proses revitalisasi yang berorientasi pada peningkatan kualitas objek wisata. Wibowo dan Lutfi (2023) yang menyebutkan bahwa partisipasi masyarakat dalam bentuk tenaga merupakan salah satu wujud partisipasi insentif, di mana masyarakat turut ambil bagian secara aktif dalam pelaksanaan pengembangan wisata melalui kegiatan yang melibatkan kerjasama secara langsung.

## KESIMPULAN

Revitalisasi objek wisata Curug Lieseng dan Kolam Renang di Desa Cacaban menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan promosi, aksesibilitas, dan kualitas lingkungan wisata melalui pemasangan penunjuk arah, pembuatan video profil, serta kegiatan pembersihan kawasan. Kelebihan program ini terletak pada kolaborasi yang kuat antara pemerintah desa, masyarakat, tim KKN, dan stakeholder lokal sehingga mendorong tumbuhnya kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata. Namun, pengelolaan wisata masih membutuhkan peningkatan pada aspek promosi digital dan penataan fasilitas pendukung yang

lebih terstruktur. Oleh karena itu, pengembangan selanjutnya perlu difokuskan pada penguatan kelembagaan pengelola wisata dan strategi promosi berkelanjutan agar revitalisasi ini dapat memberikan dampak jangka panjang bagi peningkatan ekonomi lokal dan daya saing pariwisata Desa Cacaban.

## DAFTAR PUSTAKA

- Devalta, D, dkk. 2024. Peningkatan Kesadaran Kesehatan dan Kebersihan Destinasi Pariwisata Menuju Lingkungan Wisata yang Sehat dan Aman. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*. Vol. 2, No. 5
- Edison, E., Hasanah Kurnia, M., & Indrianty, S. (2020). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Sanghyang Kenit Desa Rajamandala Kulon Bandung Barat. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 96–109. <https://doi.org/10.32659/tsj.v6i1.130>
- Ferry, F., Rahmi, S. A., Diansyah, D., Hanavita, W. R., Mustamin, M., & Mintasrihardi, M. (2023). Penataan Aksesibilitas Sebagai Faktor Pendukung Pengembangan Wisata Religi Desa Bentek. *Jurnal Pengabdian Publik (JP-Publik)*, 2(2), 35-42.
- Gading Febina. S & Ajat Sudrajat (2025) Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Curug Cibareubeuy. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. Vol. 6, No. 5, Juni 2025, 3476-3477
- Hadi, F., & Nurhayati, S. (2020). *Narasi Digital dalam Promosi Pariwisata Lokal*. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 45–54.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lestari, M., & Wijaya, R. (2021). Strategi Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengembangan Pariwisata Desa. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 112–121.
- Mahendra, I., Rahmawati, P. (2025). Strategi Pengembangan dan Promosi Objek Daya Tarik Wisata Rumah Tua Desa Sembiran Kecamatan Tejakula Kabupaten Buleleng Provinsi Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 8(2), 33–42. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v8i2.98261>
- Pratama, A. R. (2021). Teknik Produksi Video Promosi Pariwisata. *Jurnal Industri Kreatif*, 3(2), 78–86.
- Rahmawati, D., & Sari, L. P. (2022). Pengaruh Konten Visual terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Pariwisata dan Media*, 10(1), 23–31.
- Wibowo, M.S dan Lutfi, A. (2023) Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*. Vol. 6, No. 1
- Yulia, G., Maula, L. A., & Azhari, F. C. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pembuatan Papan Nama Jalan Dalam Kegiatan KKN UIN Bandung di Desa Sindangkerta. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 4(8), 173-185.
- Yunanmalifah, M. A., Mulyaningsih, T., Fadholi, A. A. R., Choirunissa, A., Medina, B., Hendrawati, B. P., ... & Ramdani, T. (2021). Penataan destinasi dan strategi promosi guna meningkatkan jumlah wisatawan di kawasan wisata pantai Tanjung Karang Mataram. *Jurnal Abdi Insani*, 8(2), 168-180.